

HANNA MÜLLER | FRIEDOLIN STRACK

Gemeinsamer Erfolg durch Handel

Der 18. Parteikongress der KP Chinas, der am 8. November beginnt, leitet den Übergang zur Regierungszeit der nächsten Führungsgeneration ein. Somit war die Chinareise von Bundeskanzlerin Angela Merkel Ende August auch ein Abschied von Premierminister Wen Jiabao, mit dem sie eine enge Zusammenarbeit verband. Bei den zweiten deutsch-chinesischen Regierungskonsultationen wurde abermals deutlich, wie intensiv die deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen, insbesondere die Handelsbeziehungen sind. Dies machte auch die Höhe der Wirtschaftsverträge, die während der Reise geschlossen wurden, deutlich.

China ist stark in den Welthandel eingebunden und inzwischen für Deutschland einer der wichtigsten Handelspartner. Das war nicht immer so: Deutschland führte im Jahr 1972 gerade einmal Waren im Wert von 270 Millionen US-Dollar nach China aus. In der Zwischenzeit hat sich viel getan: Seit Aufnahme der diplomatischen Beziehungen zwischen Deutschland und China 1972 bis 2009 hat sich der bilaterale Handel mehr als verzweihundertfacht.

2002 überholte China Japan als wichtigsten Handelspartner Deutschlands in Asien. Deutschland ist mittlerweile Chinas größter Handelspartner in Europa. Betrug das deutsch-chinesische Handelsvolumen 2004 noch 53,6 Milliarden Euro, waren es 2008 schon 94,9 Milliarden und 2011 beachtliche 144,2 Milliarden Euro. Deutschland erbringt mit 47 Prozent fast die Hälfte der EU-Exporte nach China. Noch ist kein Ende in Sicht: Deutschland und China wollen ihren Handel massiv ausbauen. Wen Jiabao kündigte beim diesjährigen Deutsch-Chinesischen Wirtschaftsforum des APA auf der Hannover Messe an, bis 2015 ein bilaterales Handelsvolumen von 280 Milliarden US-Dollar erreichen zu wollen.

Positive Aussichten. Die Vorzeichen, dass dieses ehrgeizige Ziel erreicht werden kann, stehen nach unserer Einschätzung gut. Insbesondere die Herausbildung einer kaufkräftigen Mittelschicht und die allgemein gestiegene Kaufkraft der chinesischen Konsumenten werden sich auch weiterhin positiv auf die Konsumgüterimporte auswirken. Chinas neue Mittelschicht wird den deutsch-chinesischen Handel auch künftig kräftig ankurbeln. Die deutsche Automobilbranche profitiert schon seit Jahren von dieser Entwicklung. Somit beschert das Statussymbol »Auto« den deutschen Autobauern traditionell hohe Gewinne in China. Auch der Plan



Deutsche Autobauer profitieren vom wachsenden Wohlstand in China.

der chinesischen Regierung, mittel- und langfristig eine höherwertige Industrie aufzubauen, wird sich positiv auf den Handel, besonders mit Maschinen auswirken. Sowohl für die deutsche Maschinenbau-, als auch für die Automobilbranche ist China schon jetzt der wichtigste Exportmarkt.

Dies spiegelt sich auch in der deutsch-chinesischen Handelsstruktur wider: Insbesondere Kraftwagen, Maschinen und Elektrotechnik werden von Deutschland nach China exportiert. 2011 machten diese drei Sektoren etwa 67 Prozent der deutschen Exportgüter aus. Im Gegenzug werden aus China vor allem Elektronik sowie Textilien und Bekleidung importiert.

China wird aber durch die Steigerung der eigenen Innovationsfähigkeit sowie den Aufbau einer höherwertigen Industrie künftig in der Lage sein, viele Produkte selbst herzustellen, die heute noch aus Deutschland bezogen werden. Somit ist China in einigen Branchen schon jetzt vom Handelspartner zum Konkurrenten im globalen Weltmarkt für Deutschland geworden. Doch die deutsche Industrie muss den Wettbewerb nicht scheuen.

Handel sichert Wachstum. Gerade in der Wirtschaftskrise wurde deutlich, dass Deutschland als »Exportnation« die Krise auch aufgrund der großen Nachfrage aus

China an deutschen Gütern so gut meistern konnte. So wird 40 Jahre nach Aufnahme der diplomatischen Beziehungen deutlich, dass die deutsch-chinesischen Handelsbeziehungen in erheblichem Maße positiven Einfluss auf Wachstum und Beschäftigung in Deutschland haben. Wir werden uns daher im APA auch in Zukunft für fairen Wettbewerb, die Intensivierung des deutsch-chinesischen Handels und den Abbau von Handelshemmnissen einsetzen. Wir sind sicher: Der Erfolgskurs der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen wird sich fortsetzen. ■

Kontakt

APA

Asien-Pazifik-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

Sprecher der Geschäftsführung:

Friedolin Strack
Telefon 030/20 28 14 23
F.Strack@bdi.eu

Director China Desk:

Hanna Müller
Telefon 030/20 28 15 17
H.Mueller@bdi.eu

www.asien-pazifik-ausschuss.de